


КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор
з науково-методичної та навчальної
роботи


О. Б. Жильцов
« 27 » 11 2018 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ

для студентів спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне
мистецтво, реставрація»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво»




Київ – 2018

Розробник: Кашшай О.С., старший викладач кафедри образотворчого мистецтва Інституту Мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач: Кашшай О.С., старший викладач кафедри образотворчого мистецтва Інституту Мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка


Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри образотворчого мистецтва Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Протокол № 8 від «30» серпня 2018 р.


Завідувач кафедри
образотворчого мистецтва  О.В.Школьна

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми
023.00.01 «Образотворче мистецтво»

«___» _____ 2018 р.

Гарант освітньо-професійної програми
023.00.01 «Образотворче мистецтво»  О.В.Школьна

Робочу програму перевірено
«___» _____ 2018 р.

Заступник директора
з науково-методичної та навчальної роботи  А. О. Таранник

Пролонговано:

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «___»__20__ р., протокол № __

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «___»__20__ р., протокол № __

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «___»__20__ р., протокол № __

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «___»__20__ р., протокол № __

1. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	
Курс	6	
Семестр	11	11
Кількість змістовних модулів	1	
Обсяг кредитів	2	2
Обсяг годин, в тому числі:	60	60
Аудиторні	16	8
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	40	52
Форма семестрового контролю	залік	залік

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета викладання навчальної дисципліни – оволодіння студентами спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація» базовими знаннями про специфіку сфери арт-індустрії, розуміння характерних рис сучасного українського арт-ринку в контексті світового досвіду управління у сфері мистецтва. Курс спрямований на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок в сфері арт-менеджменту, які він міг би успішно реалізувати у своїй професійній діяльності.

Завдання вивчення навчальної дисципліни:

- засвоєння ключових понять і принципів арт-менеджменту;
- знайомство з сучасними вимогами до діяльності арт-менеджера;
- формування уявлення про базові категорії ринку та ринкових відносин в арт-індустрії;
- розвиток самостійного сприйняття процесів українського арт-бізнесу;
- оволодіння практичними вміннями та навичками організації подій в сфері мистецтва.

У результаті вивчення навчальної дисципліни відповідно до освітньо-професійної програми спеціальності формуються загальні та фахові компетентності:

Програмні компетентності	Код	Значення компетентності
Загальні компетентності	ЗК 1	Світоглядна: здатність показати усвідомлення рівних можливостей і гендерних питань; здатність діяти з соціальною відповідальністю і громадянською свідомістю; знання і розуміння предметної області і розуміння професії; здатність до абстрактного та аналітичного мислення й генерування ідей;

		здатність бути критичним та самокритичним
	ЗК 2	Громадянська: здатність діяти на підставі етичних суджень; здатність працювати у команді; уміння мотивувати людей і досягати спільних цілей; здатність до конструктивної взаємодії з іншими людьми, незалежно від їх походження та особливостей культури, і поваги до різноманітності; здатність взаємодіяти з іншими людьми у конструктивному ключі, навіть при вирішенні складних питань; відповідально ставитися до завдань і обов'язків
	ЗК 3	Комунікативна: здатність до усного та письмового спілкування рідною мовою; здатність спілкуватися другою (іноземною) мовою; здатність до фахового спілкування з непрофесіоналами в галузі
	ЗК 4	Інформаційна: здатність знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел; здатність до розроблення і управління проектами; здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології
	ЗК 5	Науково-дослідницька: здатність проведення досліджень на відповідному рівні; здатність генерувати нові ідеї (креативність)
	ЗК 6	Самоосвітня: Здатність навчатися та самонавчатися; здатність працювати автономно
	ЗК 7	Універсальна: здатність до планування та розподілу часу; здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми; здатність застосовувати знання на практиці; здатність приймати обґрунтовані рішення; можливість взяти на себе ініціативу та змінювати дух підприємництва й допитливості; здатність оцінювати і підтримувати якість роботи; здатність адаптуватися та діяти в нових ситуаціях і впоратися з тиском
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК 1	Організаційна: здатність до співпраці з митцями та фахівцями інших спеціальностей; здатність до організації й виконання оригінальних творчих проектів у складі групи; здатність до організації та проведення творчих заходів мистецького спрямування; здатність до самостійної розробки та реалізації авторських проектів у галузі художньої діяльності.
	ФК 2	Естетико-культурологічна: здатність до естетизації середовища та активної участі у соціокультурному житті; здатність виявляти художні знання, які відображають видову специфіку та взаємодію візуальних мистецтв; здатність до формування сучасного художньо-творчого мислення, застосування набутих знань на практиці.
	ФК 3	Особистісно-креативна: здатність до самостійного прийняття сміливих рішень, генерування нових оригінальних ідей для досягнення творчих цілей; здатність до самокритики задля бажання досягти успіху.
	ФК 4	Художньо-творча: здатність до самостійної науково-дослідницької, організаційної діяльності у галузі: станкового живопису, вільної та друкованої графіки, рекламного та виставкового дизайну, художньої кераміки та скла.

	ФК 6	Управлінська: здатність застосовувати комплекс методів і форм управління закладом культури, володіння високою методологічною культурою
	ФК 7	Практична: здатність застосовувати здобуті знання на практиці, розв'язувати складні задачі в галузі виставкової, галерейної, мистецької, викладацької діяльності

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- сучасні тенденції розвитку арт-ринку;
- специфіку та особливості арт-ринку, його відмінності від інших комерційно орієнтованих видів діяльності;
- основні принципи діяльності арт-ринку, його елементи та структури;
- характеристики та поле відповідальності фахівця з арт-менеджменту;
- основи діяльності зі створення комерційно успішного арт-проекту;
- способи просування мистецького продукту на ринок.

вміти:

- розбиратися у елементах функціонування сучасного арт-ринку;
- відшукати спеціальну літературу, присвячену управлінню в сфері мистецтва;
- логічно репрезентувати засвоєний матеріал з арт-менеджменту, розбиратися в термінології, пояснювати характеристики елементів арт-ринку;
- створювати та послідовно виконувати творчі арт-проекти;
- формувати успішний імідж установи/галереї чи проекту засобами PR.

Програмні результати навчання:

Код	Значення програмного результату
ПРН 1	Здатність діяти в соціумі з урахуванням світоглядних орієнтирів інших членів суспільства, навчатися й працювати
ПРН 2	Здатність усвідомлювати власну причетність до традицій і цінностей національної культури, спрямовувати власну творчість на соціальні проблеми, дотримуватися етичних принципів у професійній діяльності.
ПРН 3	Володіння методами міжособистісних комунікацій, дотримуючись норм толерантності. Здатність до творчого та професійно-ділового спілкування із застосуванням фахової термінології.
ПРН 4	Володіння знаннями в галузі сучасних інформаційних технологій, здатність застосовувати їх у професійній діяльності.
ПРН 5	Здатність вести мистецьку діяльність, знання особливостей художньої мови.
ПРН 6	Здатність до навчання й самостійної науково-дослідної діяльності
ПРН 7	Знання сучасних наукових досягнень, у тому числі міждисциплінарній галузі, здатність вести самостійну дослідницьку діяльність у галузі мистецтва на базі отриманих знань з фахових дисциплін
ПРН 8	Уміння брати на себе функції лідера у колективі, організовувати роботу художніх колективів, виконувати оригінальні творчі проекти, проводити майстер-класи, дискусії на мистецьку тематику.

ПРН 9	Уміння використовувати характерні особливості художньо-образної мови різних видів та жанрів мистецтва, розуміння зв'язків образотворчого мистецтва з іншими видами мистецтва, природним і культурним середовищем життєдіяльності людини.
ПРН 10	Уміння генерувати та втілювати нові оригінальні ідеї для досягнення творчих цілей. Готовність підвищити рівень власних професійних компетентностей, вивчати досвід роботи провідних зарубіжних та українських митців.
ПРН 11	Уміння вести як індивідуальну, так і брати участь у колективній експозиційній, галерейній, музейній діяльності, створювати творчі проекти, метою яких є демонстрування мистецького потенціалу країни на міжнародній арені, ознайомлення з вітчизняним культурним спадком світової спільноти
ПРН 12	Уміння працювати з об'ємною, правдоподібною та суперечливою інформацією, критично оцінювати інформацію, використовувати власний досвід, відомості з суміжних галузей
ПРН 13	Уміння здійснювати управління іншими членами колективу, досягати поставленої робочої мети, спрямовувати діяльність людей на поставлене завдання
ПРН 14	Уміння реалізовувати на практиці власну концепцію творчого проекту, користуючись передовим досвідом зарубіжних і вітчизняних колег, застосовувати на практиці теоретичні знання, отримані під час навчання, а також власний досвід
ПРН 15	Володіння навичками вести професійну діяльність, прийомами професійного спілкування, нести соціальну відповідальність за результати своєї професійної праці
ПРН 16	Уміння рахуватися з соціальними нормами та правами інших людей, прагнути до повсякчасного та максимального розгортання життєвого потенціалу власної особистості
ПРН 17	Уміння особистості взаємодіяти з оточуючим соціальним середовищем, будувати партнерські стосунки, здатність до кооперації, достатній рівень комфортності для того, щоб не йти врозріз з вимогами суспільства

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль І. Інструменти арт-менеджменту							
Тема 1. Культура і маркетинг, взаємоз’язок та управління. Механізми ціноутворення на арт-ринку.	14	2	2				10
Тема 2. Технології фандрейзінгу в сфері культури. PR в арт-бізнесі та арт-менеджменті.	14	2	2				10
Тема 3. Арт-інструменти для реалізації творчих проектів: арт-резиденції, пленери, виставки, проекти, гранти.	14	2	2				10

Тема 4. Продаж творів: площадки для реалізації, експонування та просування творів мистецтва. Інструменти формування ціни на твори	14	2	2				10
Модульний контроль	4						
Разом	60	8	8				40
Підготовка та проходження контрольних заходів							
Усього	60	8	8				40

Тематичний план для заочної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль І. Інструменти арт-менеджменту							
Тема 1. Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління. Механізми ціноутворення на арт-ринку.	14	2					14
Тема 2. Технології фандрейзінгу в сфері культури. PR в арт-бізнесі та арт-менеджменті.	14		2				12
Тема 3. Арт-інструменти для реалізації творчих проєктів: арт-резиденції, пленери, виставки, проєкти, гранти.	14	2					14
Тема 4. Продаж творів: площадки для реалізації, експонування та просування творів мистецтва. Інструменти формування ціни на твори	14		2				12
Модульний контроль							
Разом	60	4	4				52
Підготовка та проходження контрольних заходів							
Усього	60	4	4				52

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І.

ІНСТРУМЕНТИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

ТЕМА 1. Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління.

Механізми ціноутворення на арт-ринку (4 год.)

Лекція (2 год). Теоретична частина. Арт-діяльність як елемент соціо-культурних процесів. Участь учасників арт-ринку – галерей, експертів, арт-консультантів, фондів, і приватного бізнесу у створенні колекцій різного

значення: світового, регіонального, локального. Вплив на розвиток культури в цілому. Проблеми розвитку духовної культури в умовах становлення ринкової економіки. Продукт культури і його споживча вартість. Регулювання попиту на продукти культурної діяльності.

Проблема комерціалізації культури. Вплив на культурні процеси законів ринку. Результати соціально-культурної діяльності.

Грошова оцінка творів образотворчого мистецтва. Вплив фактору атрибуції твору на його ринкову оцінку. Комерційна цінність твору. Характеристика чинників ціноутворення на предмети мистецтва: атрибутивні дані, авторство, світове/регіональне значення, оригінал/копія, історія побутування предмета, матеріал і техніка, сюжет, мода. Художня та історична значимість твору. Характеристика цінової політики на українському арт-ринку.

Особливості ціноутворення на антикварному ринку. Критерії оцінювання антикваріату та сучасного мистецтва. Критерії оцінювання творів сучасного мистецтва.

Практична частина (2 год.).

Проводиться аналіз пропозицій та відбір творів, які будуть представлені на виставці. Знайомство з правилами найменування та короткого опису товару. Цінова політика. Оформлення угод з художниками.

- Грошова оцінка творів образотворчого мистецтва.
- Вплив фактору атрибуції твору на його ринкову оцінку.
- Комерційна цінність твору.
- Характеристика чинників ціноутворення на предмети мистецтва:
- Художня та історична значимість твору.
- Особливості ціноутворення на антикварному ринку.
- Критерії оцінювання творів сучасного мистецтва.

З'ясувати та описати які ринкові чинники треба врахувати при плануванні арт-проекту – власної виставки, виставки третіх осіб.

- Арт-діяльність як елемент соціо-культурних процесів.
- Продукт культури і його споживча вартість.
- Регулювання попиту на продукти культурної діяльності.
- Проблема комерціалізації культури.
- Вплив на культурні процеси законів ринку.
- Результати соціально-культурної діяльності.

Основні поняття теми: учасники та оператори арт-ринку, духовна культура, соціально-культурна сфера, продукти культурної діяльності, ціноутворення, арт-ринок, цінова політика, антикваріат, сучасне мистецтво.

Рекомендована література :

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [6].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 2. Технології фандрейзінгу в сфері культури. PR в арт-бізнесі та арт-менеджменті (4 год.)

Лекція (2 год.). Залучення національних та міжнародних культурних фондів та грантодавців для реалізації арт-проектів різного рівня. Звернення до місцевих та іноземних комерційних структур. Специфіка пошуку спонсорів. Мотивація спонсорів.

Зв'язки з громадськістю та Public Relations як важлива сфера формування позитивного іміджу компанії в арт-бізнесі. Арт-менеджмент у сфері Public Relations. Види діяльності на арт-ринку та спрямування кожного з напрямків. Видимі та невидимі результати. Першочергові та довготривалі заходи. Необхідність організації та проведення PR компанії.

Визначення цільової аудиторії. Особливості рекламного забезпечення. Взаємозв'язок зі ЗМІ. Інтернет-комунікація в арт-бізнесі. Поширення інформації через соціальні мережі. Брендінг. Специфіка інформаційного забезпечення спеціальних подій.

Практична частина (2 год.)

Пошук спонсорської допомоги. Складання листа до потенціального донора. Підготовка презентації.

- Залучення національних та місцевих культурних фондів та грантодавців.
- Звернення до міжнародних та іноземних комерційних структур.
- Специфіка пошуку спонсорів.
- Мотивація спонсорів.
- Пошук спонсорської допомоги у сфері арт-бізнесу.

Обговорення бренду. Робота над створенням друкованої рекламної продукції. Підготовка і розміщення інформації у соціальних мережах. Остаточне визначення формату проведення заходу.

- Визначення цільової аудиторії.
- Особливості рекламного забезпечення.
- Взаємозв'язок зі ЗМІ.
- Інтернет-комунікація в арт-бізнесі.
- Поширення інформації через соціальні мережі.
- Брендінг.
- Специфіка інформаційного забезпечення спеціальних подій.
- Визначення формату проведення заходу.

Основні поняття теми: фандрейзінг, фонди, грантодавці, спонсорська допомога, мотивація спонсора, комерційні організації в сфері арт-бізнесу, некомерційні організації, благодійні фонди, культурні потреби, PR, цільова аудиторія, реклама, брендінг.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [6].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 3. Арт-інструменти для реалізації творчих проектів: арт-резиденції, пленери, виставки, проекти, гранти (4 год.)

Арт-резиденції як площадка для творчої самореалізації. Місце, де художники живуть, малюють, створюють проекти протягом певного часу. Обмін досвідом та робота над створенням спільного проекту.

Арт-кластери, творчі сквоти та локації для культури.

Програми Європейського Союзу, спрямовані на підтримку культурного, креативного та аудіовізуального секторів.

Практична частина (2 год.).

Пошуки грантів, різних програм та конкурсів для митців, а також оформлення необхідних для участі документів. Ресурси для пошуку грантів і можливостей.

- Робота по пошуку платформ з ресурсами;
- Аналіз поточних програм та вибір арт-резиденцій;
- Заповнення анкет на подання;
- Формування творчого кредо та написання мотиваційного листа.

Основні поняття теми: арт-резиденція, пленер, арт-сквот, кластер, локація, арт-ринок, цінова політика, антикваріат, сучасне мистецтво.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [6].

Додаткова: [1], [3], [4].

ТЕМА 4. Продаж творів: площадки для реалізації, експонування та просування творів мистецтва. Інструменти формування ціни на твори (4 год.).

Лекція (2 год.). Основні принципи продажу творів на арт-ринку. Контексти арт-ринку. В який момент художник може вважати себе художником. Художник - галерея. Художник-куратор. Художник-мистецтвознавець. Художник-арт-дилер. Художник-арт-менеджер. Художник та ринок. Мистецтво – елітарний продукт. Он-лайн продажі. Традиційні арт-площадки. Маркетинговий супровід. Підвищення статусу художника. Інструменти супроводу художника в системі арт-менеджменту.

Практична частина (2 год.).

Зареєструватися на одній з відомих он-лайн площадок по продажу мистецьких творів. Описати твори мистецтва, здійснити текстовий супровід, виконати технічні вимоги.

Основні поняття теми: контекст арт-ринку, маркетинговий супровід, інструменти супроводу художника, продаж творів.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [6].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль І	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4
Відвідування семінарських занять	1	4	4
Відвідування практичних занять	1	Не передбачено навчальним планом	
Робота на семінарському занятті	10	4	40
Робота на практичному занятті	10	Не передбачено навчальним планом	
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	10	Не передбачено навчальним планом	
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25
Разом		-	93
Максимальна кількість балів:		93+93 (бали за 10 семестр) = 186	
Розрахунок коефіцієнта:		186:100=1,86	

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І. ІНСТРУМЕНТИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

ТЕМА 1. Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління. Механізми ціноутворення на арт-ринку.

1. Арт-діяльність як елемент соціо-культурних процесів.
2. Продукт культури і його споживча вартість.
3. Регулювання попиту на продукти культурної діяльності.
4. Проблема комерціалізації культури.
5. Вплив на культурні процеси законів ринку.
6. Результати соціально-культурної діяльності.
7. Грошова оцінка творів образотворчого мистецтва.
8. Вплив фактору атрибуції твору на його ринкову оцінку.
9. Комерційна цінність твору.
10. Характеристика чинників ціноутворення на предмети мистецтва:
11. Художня та історична значимість твору.
12. Особливості ціноутворення на антикварному ринку.
13. Критерії оцінювання творів сучасного мистецтва.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [6].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 2. Технології фандрейзінгу в сфері культури. PR в арт-бізнесі та арт-менеджменті.

1. Залучення національних та міжнародних культурних фондів та грантодавців. Звернення до місцевих та іноземних комерційних структур.
2. Специфіка пошуку спонсорів.
3. Мотивація спонсорів.
4. Пошук спонсорської допомоги у сфері арт-бізнесу.
5. Визначення цільової аудиторії.
6. Особливості рекламного забезпечення.
7. Взаємозв'язок зі ЗМІ.
8. Інтернет-комунікація в арт-бізнесі.
9. Поширення інформації через соціальні мережі.
10. Брендінг.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [6].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 3. Арт-інструменти для реалізації творчих проєктів: арт-резиденції, пленери, виставки, проєкти, гранти.

1. Поняття арт-резиденції та відмінність формату від інших форм творчої співпраці.
2. Види спеціальних подій в сфері арт-бізнесу для творчої колаборації.
3. Характеристики та специфіка локацій для творчої колаборації художників та культурних діячів.
4. Пленер як вид творчої співпраці: різновиди, характеристики.
5. Творчі локації в Європі.
6. творчі локації в Америці.
7. Ресурси для пошуку творчих локацій.
8. Форми заявок, вимоги до претендентів – загальні характеристики.
9. Підготовка творчого кредо та мотиваційного листа до грантодавців та власників творчих локацій.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [6].

Додаткова: [1], [3], [4].

ТЕМА 4. Продаж творів: площадки для реалізації, експонування та просування творів мистецтва. Інструменти формування ціни на твори.

1. Арт-площадки для продажу творів мистецтва в Україні: специфічні риси становлення і розвитку в умовах Незалежності.

2. Українські площадки для продажу та просування творів мистецтва: їх види, характеристики.
3. Європейські та американські провідні площадки для продажу мистецтва: різновиди, специфіка.
4. Українські оператори арт-ринку: галереї, аукціонні дома, колекціонери, експерти, їх вплив на ціноутворення.
5. Провідні тенденції на ринку он-лайн продажу сучасного мистецтва.
6. Арт-ринок та ціноутворення.
7. Інвестиції у твори мистецтва та чинники впливу на ціноутворення.
8. Сьогоденні умови розвитку арт-ринку. Інтеграція українського арт-ринку до європейського. Вплив європейських тенденцій на розвиток українського арт-ринку.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5], [6].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

Змістовий модуль та теми курсу	Кількість годин	Академічний контроль	Бали
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Інструменти арт-менеджменту.			
ТЕМА 1. Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління. Механізми ціноутворення на арт-ринку.	10	Семінарське заняття	5
Тема 2. Технології фандрейзінгу в сфері культури. PR в арт-бізнесі та арт-менеджменті.	10	Семінарське заняття	5
Тема 3. Арт-інструменти для реалізації творчих проєктів: арт-резиденції, пленери, виставки, проєкти, гранти.	10	Семінарське заняття	5
Тема 4. Продаж творів: площадки для реалізації, експонування та просування творів мистецтва. Інструменти формування ціни на твори.	10	Семінарське заняття	5
Разом годин:	40	Разом балів:	20

Критерії оцінювання рівня виконання завдань для самостійної роботи:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності
- ✓ презентація результатів роботи на семінарських заняттях.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Модульний контроль проводиться у формі письмової контрольної роботи з урахуванням уніфікованої системи оцінювання навчальних досягнень студентів. Модульний контроль знань та вмінь магістрів проводиться згідно і тематичним планом і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Оцінювання відбувається після підсумкового аналізу письмових робіт студентів. Оцінка модульного контролю здійснюється за 25-бальною шкалою.

Критерії оцінювання модульного контролю наведено у таблиці.

Критерії оцінювання	К-ть балів
<ul style="list-style-type: none">володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи;продемонстрував здатність робити висновки й обґрунтовувати свою позицію на основі проведених спостережень.	21 – 25
<ul style="list-style-type: none">володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на достатньо високому рівні, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи;продемонстрував здатність робити висновки на основі проведених спостережень.	17 – 20
<ul style="list-style-type: none">володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на достатньому рівні, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи, з допущенням певних помилок;продемонстрував недостатні уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень.	13 – 16
<ul style="list-style-type: none">студент в цілому виявив посередній рівень знань, умінь, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи;продемонстрував посередні уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень	9 – 12
<ul style="list-style-type: none">студент виявив лише мінімально можливий допустимий рівень знань, умінь, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи;продемонстрував неготовність грамотно і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень	5 – 8
<ul style="list-style-type: none">студент виявив незадовільний рівень знань, умінь, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи;продемонстрував невміння послідовно, грамотно і самостійно висновки на основі проведених спостережень	1 – 4

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.

Семестровий контроль навчальним планом відповідно до освітньо-професійної програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво» передбачений у вигляді заліку, який виставляється, як сума балів за всі форми роботи протягом півріччя.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю і екзамену

Семестровий контроль навчальним планом відповідно до освітньо-професійної програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво» передбачений у вигляді заліку, який виставляється, як сума балів за всі форми роботи протягом півріччя.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ «АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ»

Модулі	Змістовий модуль І			
Назва модуля	ІНСТРУМЕНТИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління. Механізми ціноутворення на арт-ринку. <i>Відвідування –1 бал</i>	Технології фандрейзінгу в сфері культури. PR в арт-бізнесі та арт-менеджменті. <i>Відвідування –1 бал</i>	Арт-інструменти для реалізації творчих проєктів: арт-резиденції, пленери, виставки, проєкти, гранти. <i>Відвідування –1 бал</i>	Продаж творів: площадки для реалізації, експонування та просування творів мистецтва. Інструменти формування ціни на твори. <i>Відвідування –1 бал</i>
Теми практичних занять	Культура і маркетинг, взаємоз'язок та управління. Механізми ціноутворення на арт-ринку. <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Технології фандрейзінгу в сфері культури. PR в арт-бізнесі та арт-менеджменті. <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Арт-інструменти для реалізації творчих проєктів: арт-резиденції, пленери, виставки, проєкти, гранти. <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>	Продаж творів: площадки для реалізації, експонування та просування творів мистецтва. Інструменти формування ціни на твори. <i>(10 балів +1 бал за відвідування)</i>
Самостійна робота	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота (25 балів)			
Бали за модуль	93			
Підсумковий рейтинговий бал	93 бали + 93 бали (за 10 семестр) = 186 балів (коефіцієнт успішності: $186 \div 100 = 1,86$)			

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основна (базова):

1. Аванесова Г. А. Культурно-досуговая деятельность : теория и практика организации: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» [Текст] / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект-Пресс, 2006. – 235 с. (Наявний в електронному репозиторії Університету: <http://elib.kubg.edu.ua/4939/>)
2. Макарова Е. А. Теория и технологии арт-менеджмента : науч.-метод. пособие [Текст] / Е. А. Макарова. – Минск : ГУО «Институт культуры Беларуси», 2013. – 131 с. (Наявний в електронному репозиторії Університету: <http://elib.kubg.edu.ua/4940/>)
3. Новикова Г. Н. Технологии арт-менеджмента : Учеб. пособие [Текст] / Г. Н. Новикова – М. : МГУКИ, 2006. – 178 с. (Наявний в електронному репозиторії Університету: <http://elib.kubg.edu.ua/4941/>)
4. Тульчинский Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. – М.: Планета музыки, Лань. – 2010. – 384 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри: https://drive.google.com/file/d/1lfxWo2aMOwsZYDpry7TNY_TCoVs5jTUN/view?usp=sharing)
5. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб.-М.-Краснодар: Издательство «Лань», Издательство «Планета музыки». – 2007. – 528 с. Наявний в електронній бібліотеці кафедри: https://drive.google.com/file/d/1UOmNIQQotpc_avdwDQo1UOs6OxeeblZd/view?usp=sharing)
6. Федотова Н. Г. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие [Текст]/ Н. Г. Федотова : НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2015. – 282 с. (Наявний в електронному репозиторії Університету: <http://elib.kubg.edu.ua/4942/>)

Додаткова

1. Автономов Ю. Взгляд на искусство через призму экономической теории / Юрий Автономов // Неприкосновенный запас. – 2003. – Вип. 6 (32). – С. 23-32.
2. Артемьева Т. В. Фандрейзинг. Привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Т.В. Артемьева, Г.Л. Тульчинский. – СПб.: Лань, 2010. – 288 с.: ил.
3. Бенаму-Юэ Ж. Цена искусства / Жюдит Бенаму-Юэ. – М. : Артмедиа Групп, 2008. – 192 с.
4. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль [Текст] / Г. Гагоорт ; пер. Б. Шумилович. – Л. : Літопис. – 2008. – 360 с.
5. Галерейный бизнес. Российский и зарубежный опыт: как покупать и продавать искусство / под ред. В.А. Бабкова.- М. : Арт-менеджер, 2010. – 418 с.

6. Галуцкий Г. М. Основы финансов и финансирование культурной деятельности / Г. М. Галуцкий. – М. : Ассоц. экономики, науки и техники в сфере культуры, информ. и досуга. –1996. – 223 с.
7. Голубець О. Львів: регіональні проблеми мистецького середовища / Орест Голубець // Сучасне мистецтво : зб. Ін-ту пробл. сучас. мистец. Акад. мис-в України. – К., 2004. – Вип. 1. – С. 86-91.
8. Гройс Б. Апология рынка / Борис Гройс // Декоративное искусство СССР. – 1991. – № 2. – С. 15.
9. Гройс Б. Язык денег / Борис Гройс // Художественный журнал. – М., 2003. – № 47. – С. 13-17.
10. Денисов Б.А. Арт рынок: общие черты и генезис / Б.А. Денисов // Маркетинг. – 1998. – № 3. – С. 104-110.
11. Денисов Б.А. К экономическим критериям ценности произведений изобразительного искусства / Б.А. Денисов // Рос. экон. журн. – М., 1996. – № 4. – С. 105-109.
12. Драгичевич–Шешич М., Стойкович Б. Культура: менеджмент, анимация, маркетинг/ М. Драгичевич – Шешич, Б. Стойкович. – Новосибирск: Издательский дом «Тигра», 2000. – 227 с.
13. Зайцева К. В. Менеджмент в сфере культуры : [Учеб. пособие] / К. В. Зайцева, В. В. Дорофиев. – Х. : Основа. – 1999. – 129 с.
14. Колбер Ф. Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер, Ж. Нантель, Дж. Д. Рич. – СПб. : Арт-Пресс: Издатель А. И. Васин. – 2004. – 256 с.
15. Кольбер Ф. Арт-менеджмент наука третьего тысячелетия / Ф. Кольбер, І. Эввар // Артменеджер. – 2002. – № 3. – С. 3-6.
16. Мелихова, Е. Л. Художественная галерея: торговля искусством? / Е.Л. Мелихова // Социологические исследования. – 2000. – № 4. – С. 125-127.
17. Переверзев М.П. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебное пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов ; [под ред. М. П. Переверзева]. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 189 с.
18. Сидор-Гібелінда О. Українці на венеційській бієнале: сто років присутності / Олег Сидор-Гібелінда. – К. : Наш час, 2008.- 306 с.
19. Сухоліт Н. Сучасний український арт-ринок: моделі відносин / Н. Сухоліт // Українське мистецтво. – 2004. – № 3. – С. 34-43
20. Художественный рынок: вопросы теории, истории, методологии / А. В. Карпов [и др.]; науч. ред. Т. Е. Шехтер. – СПб. : СПбГУП, 2004. – 228 с.